

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

MINESEC/OBC

BACCALAUREAT STT

Spécialité : ACC

Durée : 5 Heures

Coefficient : 5

Session 2019.....

Epreuve écrite

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

Aucun document en dehors de ceux remis aux candidats par les examinateurs n'est autorisé.

Avant de traiter le sujet, vérifiez qu'il comporte les pages de 1/5 à 5/5.

NB : Cette épreuve comporte quatre (04) parties

AFRITUDE est une S.A dont le siège est à Yaoundé, possédant plusieurs succursales, spécialisée dans la confection et la commercialisation des tenues vestimentaires en tissus pagne.

Le Directeur Général d'**AFRITUDE** reconnaît volontiers que la réussite de son entreprise est due en grande partie à la culture des africains pour le tissu pagne.

Depuis quelques années, le Directeur Général a constaté avec inquiétude, une baisse constante de l'évolution de son chiffre d'affaires.

Face à la conjoncture tant économique que commerciale et des effets pervers de la friperie, le Directeur Général d'**AFRITUDE** vous confie pour étude les dossiers suivants.

- PREVISION DES VENTES ET ETUDE DE RENTABILITE ;
- ETUDE DE MARCHE ET POLITIQUE DE PRIX ;
- OPERATION DE MARKETING DIRECT ET RENTABILITE D'UN INVESTISSEMENT ;
- PROBLEMES DE VENTE A L'ETRANGER.

DOSSIER I : PREVISION DES VENTES ET ETUDE DE LA RENTABILITE 30 POINTS

Vous disposez en annexe 1 des données statistiques relatives aux ventes des dix dernières années ainsi que les budgets de marketing directs correspondants. Par ailleurs on vous communique en annexe 2 le compte résultat ainsi que la répartition des charges.

Premier travail à faire :

- 1.1 Représenter graphiquement le nuage de points exprimant l'évolution des ventes en fonction des budgets de marketing direct. Qu'observe t-on ? **4 Points**
- 1.2 Le Directeur d'**AFRITUDE** a décidé de faire du marketing direct d'une manière intuitive. Démontrer que son intuition est fondée. **5 Points**
- 1.3 Déterminer l'équation de la droite de régression correspondante et prévoir le montant des ventes de l'année 2018 si le montant du budget de marketing direct s'élève à 15 000 000 FCFA. **5 Points**
- 1.4 A partir des informations de l'annexe 2, présenter le tableau d'analyse d'exploitation différentiel. **6 Points**
- 1.5 Déterminer le chiffre d'affaires critique, la marge de sécurité et l'indice de sécurité de la société **AFRITUDE**. **5 Points**

MINESEC/OBC-Baccalauréat STT-Spécialité ACC-Pratique Professionnelle-Session 2019...1/5

- 1.6 Illustrer graphiquement le seuil de rentabilité et déterminer à quelle date il sera atteint Sachant que les coefficients saisonniers trimestriels sont respectivement de 1,3 – 0,7 – 0,2 – 1,8 et que l'activité en cours a démarré le 1^{er} janvier 2017. **5 Points**

DOSSIER II : ETUDE DE MARCHE ET POLITIQUE DE PRIX 30 POINTS

Le Directeur d'**AFRITUDE** décide avant de lancer sur le marché une variante de tenue vestimentaire de détente susceptible d'attirer la quasi totalité de la clientèle potentielle, de procéder à une étude préalable du marché Camerounais de l'habillement.

On vous communique en annexe 3 un extrait des résultats de l'enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population et en annexe 4 les différentes étapes du sondage.

Deuxième travail à faire :

- 2.1 Elaborer un questionnaire qui permettra à **AFRITUDE** d'une part de se situer par rapport aux confections concurrentes, d'autre part de connaître les souhaits et les désirs de ses clients tout en respectant les techniques de rédaction, de structuration et de présentation. **10 Points**
- 2.2 Indiquer à **AFRITUDE** en justifiant vos propositions la méthode de détermination de l'échantillon, la durée approximative de collecte des informations et enfin le mode d'administration du questionnaire. **4 Points**
- 2.3 Déterminer à partir de l'annexe 4 le délai minimum indispensable pour couvrir l'ensemble des tâches relatives à l'enquête. Vous vous appuyerez sur le réseau PERT. **6 Points**
- 2.4 Calculer, à l'aide de l'annexe 3 l'effectif total du marché potentiel de la nouvelle tenue vestimentaire de détente. **2 Points**
- 2.5 Représenter graphiquement les réponses obtenues concernant les prix maximum et minimum en faisant apparaître pour chaque catégorie socioprofessionnelle la fourchette de prix matérialisée par un segment de droite. **4 Points**
- 2.6 Déterminer pour chaque prix le nombre total d'acheteurs potentiels et en déduire le prix Psychologique. **4 Points**

DOSSIER III : OPERATION DE MARKETING DIRECT ET RENTABILITE D'UN INVESTISSEMENT 27 POINTS

La Direction commerciale d'**AFRITUDE** a constaté que le nouveau produit lancé récemment est inconnu par une grande partie des consommateurs potentiels. Elle envisage donc d'organiser sur le territoire national une vaste opération de marketing direct.

L'équipe commerciale dont vous faites partie souhaite profiter de l'organisation d'une foire internationale à Yaoundé par la communauté urbaine « **YAFE – YAOUNDE EN FETE** » pour réaliser cette opération de marketing direct.

On vous communique en annexe 5 des informations relatives à cette vaste opération de marketing direct.

En outre pour satisfaire tous les clients probables, **AFRITUDE** envisage l'achat d'une machine utilitaire afin d'augmenter sa capacité de production.

On vous communique en annexe 6 des données relatives à l'achat d'une nouvelle machine utilitaire d'une durée d'utilisation probable de quatre ans.

Troisième travail à faire :

- 3.1 Après avoir défini le concept d'axe psychologique, proposer un axe psychologique pour le produit « tenue vestimentaire de détente » qui puisse accroître les ventes du produit et le traduire par un concept d'évocation. **5 Points**
- 3.2 Après avoir défini l'expression marketing direct, donner les objectifs (au moins cinq) et principales techniques (au moins cinq) de ce moyen de communication commerciale. **6 Points**
- 3.3 En vous servant des informations contenues en annexe 5, établir le budget estimatif de la participation d'**AFRITUDE** à cette foire internationale. **4 Points**
- 3.4 Calculer le coût d'obtention d'un client à partir du mailing. **2 Points**
- 3.5 A l'aide des données contenues dans l'annexe 6, déterminer successivement :
- Le taux moyen de rentabilité ;
 - Le délai de récupération ;
 - La valeur actuelle nette ;
 - L'indice de profitabilité ;
 - Le taux interne de rentabilité.
- 10 Points**

DOSSIER IV : PROBLEMES DE VENTE A L'ETRANGER 13 POINTS

AFRITUDE se propose d'exporter ses produits vers la Guinée Equatoriale. Le service marketing décide de modifier les emballages en ce qui concerne les couleurs, les formes, les textes, la présentation des étiquettes, la communication et les prix.

Quatrième travail à faire :

- 4.1 Donner les raisons de modifications entreprises par le service marketing sur le packaging. **2 Points**
- 4.2 Expliquer les précautions à prendre pour conduire les actions de communication et de prix en direction de la Guinée Equatoriale. **3 Points**
- 4.3 Donner les obligations du vendeur et de l'acheteur pour les contrats suivants : CAF- FOB- FAS- EXW. **4 Points**
- 4.4 Donner tout en les définissant deux différentes formes d'implantation à l'étranger. **4 Points**

ANNEXE 1 : Données Statistiques relatives aux ventes et budgets de marketing direct des dix dernières années d'AFRITUDE en millions de francs CFA.

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventes	1300	1450	1550	1700	1900	2100	2300	2600	2950	3350
Budgets de marketing direct	7,5	8,3	8,6	9	9,5	11	11,5	12	12,5	13,5

ANNEXE 2 : Compte de résultat et répartition des autres charges

DEBIT		CREDIT	
• Stock Initial.....	21 926 150	• Ventes.....	600 000 000
• Achats.....	361 550 000	• RRR obtenus.....	1 000 000
• Charges fixes.....	207 000 000	• Stock final.....	23 976 150
• Résultat d'exploitation.	34 500 000		
TOTAL	624 976 150	TOTAL	624 976 150

ANNEXE 3 : Extrait des résultats de l'enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population.

Catégorie Socio-professionnelle	Effectif	Marché Potentiel en %	Prix Maximum	Prix Minimum
Paysans	697 500	0,8	5850	5500
Directeurs	585 000	8	6150	5900
Cadres supérieurs	502 500	7,2	6100	5850
Cadres moyens	992 500	4,4	6000	5900
Employés	1 327 500	2	5950	5750
Ouvriers	2 827 500	1,6	5900	5750
Autres	607 500	0,4	5900	5750

ANNEXE 4 : Les différentes étapes du sondage

TACHES		Durée en semaines	Tâches immédiatement antérieures
A	Conception de l'étude de marché	5	-
B	Etablissement du budget prévisionnel	3	A
C	Recrutement des enquêteurs	2	B
D	Elaboration du questionnaire	4	C
E	Tests auprès de quelques clients	5	A
F	Choix de l'échantillon	7	E
G	Enquête proprement dite	2	A
H	Adaptation d'un logiciel au dépouillement	4	G
I	Dépouillement des questionnaires	3	H
J	Analyse des résultats	6	I
K	Rapport final	8	DFJ

ANNEXE 5 : Informations relatives à la vaste opération de marketing direct

L'équipe commerciale suggère à la direction d'**AFRITUDE** de profiter le plus possible de cette manifestation en engageant entre autres une opération de marketing direct.

Deux mille enveloppes pour le mailing ont été confectionnées et qui seront distribuées aux visiteurs du stand **AFRITUDE**.

Ces deux milles enveloppes complèteront les quatre milles enveloppes conçues auparavant et expédiées aux clients potentiels dont les adresses ont été obtenues auprès d'un cabinet d'études marketing à raison de 13 000 FCFA le mille.

Pour l'opération du mailing, les informations complémentaires suivantes vous sont communiquées :

- Les frais de conception de fabrication d'un mailing à 600 FCFA l'enveloppe ;
- Les frais d'expédition sont de 250 FCFA par pli expédié ;
- **AFRITUDE** peut tabler sur un taux de remontée de 50% pour les enveloppes expédiées et de 30% pour les enveloppes remises à la foire ;
- Un vendeur : 6 000 FCFA par jour ;
- Un animateur : 8 000 FCFA par jour ;
- Une caissière : 9 000 FCFA par jour ;
- Location du stand : 120 000 FCFA par jour ;
- Animation musicale et jeux divers : 1 000 000 FCFA (forfait) ;
- Location d'élément de décor (pelouse de circonstance) : 600 000 FCFA les quatorze jours indivisibles.

NB : Durée de cette opération de marketing direct : Quatorze jours

ANNEXE 6 : Données relatives à l'achat d'une nouvelle machine utilitaire

Années	1	2	3	4
Cash Flow	20 000 000	22 000 000	24 000 000	25 000 000

Coût de l'investissement : 60 000 000 FCFA

Taux : 15%